

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 110 (1984)
Heft: 6

Artikel: Der Mensch als Werbefläche
Autor: Stoll, Ted
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-600118>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 15.05.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>



Das Dementi

Es stimmt nicht mehr, das Sprichwort «tempora mutantur ...» der alten Römer (die Zeiten ändern sich, und wir uns mit ihnen). Öffnet man heute eine Zeitschrift oder Zeitung, nicht nur der Regenbogenpresse, was springt uns zuerst ins Auge? Schwangerschaftsmeldungen der Prinzessinnen. Seit Monaten war Diana aus GB tonangebend, aber schon einen Monat nach ihrer zweiten Hochzeit läuft Monaco-Carolinchen ihr den Rang ab. Sie sei guter Hoffnung, schreibt die Presse. Als ob das nun ein Novum wäre. Wann kommt endlich die Meldung vom ersten schwangeren Prinzen? Die Wissenschaft für überflüssige Wissenschaften ist doch bald soweit ...

Schtädmugge

Werner Reiser

Kurznachruf

Er klagte nur dort an, wo er liebte.

Ted Stoll

Der Mensch als Werbefläche

Sandwichmänner – darum heissen sie so – haben vorne und hinten eine Plakattafel. Damit gehen sie werbend auf und ab, für zehn Franken die Stunde. Oft sind es Alkis und Studenten.

Einträglicher ist die Sportwerbung. So kostet zum Beispiel die heissbegehrte Sitzfläche des Radrennfahrers A.C. pro Saison runde zehntausend Franken oder fünftausend pro Hälfte. Das ist aber auch für den Aftermieter (der klassische Begriff aus dem Mietrecht ist hier durchaus am Platz) ein gutes Geschäft, denn besonders bei Bergfahrten ragt dieser Körperteil telegen in die Höhe und hat deshalb brisante Werbewirkung. A.C. wird zurzeit von einer Schokoladefabrik gesponsort. Der Umsatz soll beträchtlich steigen.

Aber auch Sie, verehrter Leser, können am grossen Werbekuchen teilhaben. Für Sie gibt es gratis Plastiktragtaschen und Papiermützen sowie zu konsumentenfreundlichen Preisen ein breitgefächertes Sortiment von T-Shirts, Regenschirmen, Reisetaschen und Halstüchern etc., alles mit Werbeaufdruck! So erhält man zum Beispiel gegen Einsendung von zwölf Deckeli für nur Fr. 14.80 (+ Porto und NN) ein elegantes ärmelloses Baumwolltricot mit zweifarbigem Schwuppi-Aufdruck. Wer Idol der Frauen werden will, wählt Meister Proper. Depressive neigen eher zu James Dean (Fr. 19.80 im Warenhaus).

Die Rotznasen mit den University-Shirts sehen allerdings nicht so aus, als hätten sie eine höhere Schule besucht. Der Hilfschüler trägt eine Mütze mit Bank-Emblem und der Mann vom Reinigungsinstitut ein FDP-Hemd. Er ist bei der POCH. Der schlafende Panner hat einen Swissair-Bag, bei einem Mädchen steht SHIT auf den Jeans. Das ist vermutlich ein Waschmittel. Und die Oma mit der Globus-Tasche hat bei Jelmoli eingekauft. Jetzt sitzt sie in der Migros-Imbissecke und isst Kuchen. Ihre pummelige Enkelin hat Brüste wie Weltkugeln. «Metzgerei Hügel» steht auf dem Tricot. En Guete!